



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

Guida alla propaganda elettorale

2018

elezioni regionali e comunali

A cura del Servizio Consiglio autonomie locali
ed elettorale
della Direzione centrale autonomie locali
e coordinamento delle riforme

Stampa: Centro stampa regionale
Servizio logistica, digitalizzazione
e servizi generali

Sommario

Presentazione.....	5	
Parole chiave		
Comunicazione istituzionale.....	6	
Propaganda.....	6	
Propaganda elettorale.....	6	
Informazione elettorale.....	6	
Par condicio.....	6	
Committente responsabile.....	6	
Silenzio elettorale.....	6	
Limiti alle spese per la campagna elettorale.....	6	
Organi di controllo.....	7	
Il divieto di comunicazione istituzionale		
Soggetti destinatari del divieto.....	8	
Ambito oggettivo.....	8	
Sanzioni.....	8	
La propaganda radiotelevisiva e a mezzo stampa		
Comunicazione politica radiotelevisiva.....	9	
Messaggi politici autogestiti gratuiti e a pagamento.....	9	
L'attività di informazione nel periodo elettorale.....	10	
Messaggi politici elettorali su quotidiani e periodici.....	10	
Sondaggi.....	11	
Sanzioni.....	11	
Violazioni e relative sanzioni in materia di par condicio.....	12	
La propaganda mediante affissioni		
Individuazione degli spazi.....	13	
Assegnazione degli spazi.....	13	
Divieti.....	13	
Postazioni temporanee o mobili e sedi di comitati elettorali.....		15
Le riunioni di propaganda elettorale e la propaganda sonora		
I comizi e le riunioni.....	16	
La propaganda sonora.....	16	
Altre forme di propaganda tradizionale		
Propaganda luminosa e propaganda mobile.....	17	
Volantinaggio.....	17	
Nuove forme di propaganda elettorale: e-mail, internet, chiamate telefoniche e sms.....		18
Sintesi dei principali divieti in tema di propaganda elettorale		
Divieti decorrenti dal 45° giorno antecedente il voto.....	20	
Divieti decorrenti dal 30° giorno antecedente il voto.....	20	
Divieti decorrenti dal 15° giorno antecedente il voto.....	20	
Divieti nel giorno antecedente il voto ed in quelli di votazione.....	21	
Obblighi in materia di spese per la campagna elettorale: elezioni regionali		
Tetti di spesa.....	22	
Spese di propaganda elettorale.....	22	
Mandatario elettorale.....	23	
Pubblicità delle spese.....	23	
Controllo delle spese elettorali e applicazione delle sanzioni.....	24	

**Obblighi in materia di spese per la campagna elettorale:
elezioni comunali**

Tipologia di spese di propaganda elettorale.....25

Comuni con popolazione superiore a 30.000 abitanti25

Altre limitazioni alle spese dei candidati e dei partiti 26

Agevolazioni tariffarie e fiscali per i candidati

Agevolazioni IVA per il materiale tipografico e altro.....27

Occupazioni di suolo pubblico.....27

Esenzioni dal diritto sulle pubbliche affissioni e dall'imposta di bollo.....27

Locali a disposizione per conferenze e dibattiti27

Detrazioni fiscali.....27

F.A.Q. – Domande frequenti

Divieto di comunicazione istituzionale 29

Propaganda radiotelevisiva e a mezzo carta stampata29

Propaganda mediante affissioni30

Riunioni di propaganda elettorale32

Propaganda luminosa, figurativa e mobile32

Silenzio elettorale33

Spese di campagna elettorale.....33

Presentazione

Questa guida è concepita come un manuale di rapida e facile consultazione ad uso dei soggetti istituzionali e di coloro che intendono candidarsi alle prossime elezioni regionali e comunali.

L'intento è quello di fornire informazioni sulla campagna elettorale, evidenziando le facoltà, i divieti e le sanzioni posti dal legislatore a tutela della *par condicio*.

Per qualsiasi chiarimento è possibile contattare il Servizio Consiglio autonomie locali ed elettorale della Regione ai contatti presenti all'indirizzo internet:

<http://autonomielocali.regione.fvg.it/aall/opencms/AALL/Elezioni>

In materia di spese di propaganda elettorale per le elezioni regionali, è possibile consultare anche il sito del Consiglio regionale.

Parole chiave

Comunicazione istituzionale

Comunicazione realizzata dalla pubblica amministrazione e diretta ai cittadini amministrati. È la comunicazione finalizzata a garantire l'efficacia dell'azione amministrativa e rappresenta quindi un servizio necessario.

Propaganda

Attività volta a far conoscere e apprezzare determinate idee o prodotti che vengono presentati al pubblico per favorirne la vendita o per stimolare determinati comportamenti conformi alle aspettative dell'autore del messaggio propagandistico.

Propaganda elettorale

Attività specifica volta a stimolare determinati comportamenti degli elettori. Si svolge nell'ambito del procedimento elettorale preparatorio e ha lo scopo di acquistare il maggior numero di voti possibile.

È utilizzata in varie forme: dalla tradizionale propaganda mediante affissioni, alle riunioni elettorali, alla propaganda radiotelevisiva, ecc..

Informazione elettorale

Diversamente dalla propaganda, è un messaggio "puro" e "obiettivo", in quanto non ha la finalità di provocare nel destinatario l'adesione verso una determinata opzione politica.

Par condicio

È la parità di condizioni di accesso ai mass media, assicurata nel periodo elettorale ai partiti, movimenti politici e ai candidati.

Committente responsabile

È colui che commissiona la stampa del materiale elettorale e ne è responsabile. Tutte le pubblicazioni di propaganda elettorale a mezzo di scritti, stampa o fotostampa, radio, televisione, incisione magnetica e ogni altro mezzo di divulgazione, devono indicare il nome del committente responsabile.

Silenzio elettorale

È il divieto di svolgere forme di propaganda elettorale nel giorno antecedente e nel giorno della votazione.

Limiti alle spese per la campagna elettorale

La disciplina elettorale prevede che le spese di propaganda dei partiti, movimenti politici e dei candidati non debbano superare determinati importi. L'effettivo rispetto dei limiti di spesa è controllato a posteriori da un apposito Collegio (vedi voce successiva).

Organi di controllo

Vari organi controllano il rispetto delle disposizioni che regolamentano la campagna elettorale.

La Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi (Commissione) è una commissione parlamentare che detta alla RAI, quale concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo, le prescrizioni affinché sia rispettata la par condicio nell'utilizzo degli spazi di propaganda nell'ambito del servizio pubblico radiotelevisivo da parte dei partiti e dei movimenti politici, delle liste e dei candidati. La Commissione disciplina direttamente le rubriche elettorali ed i servizi o i programmi di informazione elettorale della RAI nel periodo elettorale, in modo che siano assicurate la parità di trattamento, la completezza e l'imparzialità rispetto a tutti i partiti ed i movimenti che partecipano alla campagna elettorale.

L'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (Autorità) è un'autorità indipendente che risponde del proprio operato al Parlamento e che si pone quale organo di garanzia nei confronti degli operatori sul mercato e dei cittadini utenti del mezzo radiotelevisivo. L'Autorità stabilisce le regole per l'applicazione della legge sulla par condicio ed applica le sanzioni previste dalla stessa legge. Ai fini dell'esercizio dell'attività di controllo e di garanzia che la legge le attribuisce, l'Autorità si avvale dei *Comitati regionali per le Comunicazioni (Co.Re.Com.)*, istituiti con leggi regionali. I Co.Re.Com. affiancano l'Autorità anche nella gestione della propaganda elettorale demandata alle emittenti locali.

Il Collegio regionale di garanzia elettorale (Collegio) è un organismo indipendente istituito presso il Consiglio regionale, cui è demandato il controllo dei rendiconti delle spese di campagna elettorale per le elezioni regionali e l'irrogazione di eventuali sanzioni per il superamento dei tetti di spesa.

Il divieto di comunicazione istituzionale

A partire dalla convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, è fatto divieto a tutte le amministrazioni pubbliche di svolgere attività di comunicazione ad eccezione di quella effettuata in forma impersonale e che sia indispensabile per l'efficace assolvimento delle proprie funzioni. L'obiettivo del legislatore non è quello dell'azzeramento della comunicazione istituzionale delle amministrazioni pubbliche nel periodo precedente le elezioni, ma quello di ridurre al massimo ogni forma di propaganda surrettizia.

Soggetti destinatari del divieto

Il divieto di comunicazione istituzionale si applica a tutte le amministrazioni pubbliche. È riferito agli organi che rappresentano le singole amministrazioni e non ai soggetti che ricoprono cariche pubbliche. Questi ultimi, se candidati alle elezioni, possono svolgere attività di propaganda elettorale al di fuori dell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali.

Ambito oggettivo

Il divieto di comunicazione istituzionale è riferito alla comunicazione concepita come mezzo di promozione dell'immagine della pubblica amministrazione o dei protagonisti della competizione elettorale. È invece consentita la comunicazione intesa come servizio necessario ai cittadini.

Sanzioni

In caso di accertata violazione del divieto di comunicazione istituzionale, l'*Autorità* (vedi parole chiave) adotta i provvedimenti ritenuti necessari al fine di ripristinare l'equilibrio nella comunicazione politica. La mancata ottemperanza all'ordine dall'*Autorità*, a sua volta, comporta l'applicazione della sanzione amministrativa pecuniaria. Le sanzioni esauriscono ogni conseguenza pregiudizievole nel procedimento elettorale cui sono riferite.

Riferimenti normativi

Legge 22 febbraio 2000, n. 28, articolo 9.

La propaganda radiotelevisiva e a mezzo stampa

A partire dalla convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura della campagna elettorale, la trasmissione radiotelevisiva di messaggi di propaganda elettorale è ammessa esclusivamente secondo la disciplina prevista dalla legge sulla *par condicio*, che distingue fra comunicazione politica, messaggi autogestiti e informazione.

Anche la *Commissione* e l'*Autorità* (vedi parole chiave) dettano di anno in anno disposizioni regolamentari di cui devono tenere conto le emittenti radiotelevisive.

Comunicazione politica radiotelevisiva

La comunicazione politica radiotelevisiva è la diffusione sui mezzi radiotelevisivi di programmi contenenti opinioni e valutazioni politiche.

L'offerta di programmi di comunicazione politica radiotelevisiva è obbligatoria per la RAI e per le emittenti nazionali.

I programmi di comunicazione politica nel periodo della campagna elettorale sono di vario tipo: tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione in contraddittorio di candidati e di programmi politici, interviste e ogni altra forma che consenta il confronto tra le posizioni politiche e i candidati in competizione.

La partecipazione dei soggetti politici a queste "trasmissioni a contenuto politico" viene stabilita dalla *Commissione* e dall'*Autorità* secondo i seguenti criteri:

- a) per il tempo intercorrente tra la data di convocazione dei comizi elettorali e la data di presentazione delle candidature, gli spazi sono ripartiti tra i soggetti politici presenti nelle assemblee da rinnovare, nonché tra quelli diversi che siano presenti nel Parlamento europeo o in uno dei due rami del Parlamento;
- b) per il tempo intercorrente tra la data di presentazione delle candidature e la data di chiusura della campagna elettorale, gli spazi sono ripartiti secondo il principio della pari opportunità tra le coalizioni che presentano un candidato alla presidenza della Regione, tra le forze politiche che presentano liste di candidati alla carica di consigliere regionale, in circoscrizioni che interessino almeno un quarto dell'elettorato regionale, e tra le forze politiche rappresentative di minoranze linguistiche riconosciute.

Nell'ambito delle trasmissioni per la comunicazione politica deve essere garantita la pari opportunità tra donne e uomini.

Messaggi politici autogestiti gratuiti e a pagamento

I messaggi politici autogestiti sono trasmissioni nelle quali i soggetti politici hanno la possibilità di incidere in forma diretta e autonoma sul contenuto comunicativo. In questi programmi il soggetto politico può quindi costruire un messaggio funzionale alle sue esigenze.

Anche per questa forma di comunicazione, dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura della campagna elettorale, le modalità di svolgimento sono stabilite dalla *Commissione* e dall'*Autorità*.

L'*Autorità* regola il riparto degli spazi fra i soggetti politici a parità di condizioni, anche con riferimento alle fasce orarie di trasmissione, e fissa il numero complessivo dei messaggi da ripartire tra i soggetti politici richiedenti in ragione delle risorse disponibili in ciascuna Regio-

ne, avvalendosi dei competenti *Co.Re.Com.* (vedi parole chiave).

La trasmissione di messaggi politici autogestiti gratuiti è obbligatoria per la RAI, facoltativa per le altre emittenti radiofoniche e televisive nazionali.

Le emittenti radiotelevisive locali, se accettano di trasmettere messaggi autogestiti a titolo gratuito, ricevono un rimborso da parte dello Stato. Le stesse emittenti locali possono diffondere messaggi politici autogestiti a pagamento. A tal fine devono praticare condizioni economiche uniformi a tutti i soggetti politici e dare notizia dell'offerta degli spazi radiotelevisivi mediante un avviso da trasmettere, almeno una volta al giorno nella fascia oraria di maggiore ascolto, per tre giorni consecutivi.

L'attività di informazione nel periodo elettorale

L'informazione non è mai "neutra". Per questo motivo il legislatore ha voluto creare dei meccanismi atti a garantire che tutte le trasmissioni televisive in periodo elettorale mantengano il necessario distacco ed equilibrio rispetto all'attualità politica.

Entro il 40° giorno antecedente la votazione, la *Commissione* e l'*Autorità* definiscono i criteri ai quali, fino alla chiusura delle operazioni di voto, devono conformarsi la RAI e le emittenti radiotelevisive private nazionali nei programmi di informazione, al fine di garantire la *par condicio*.

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla chiusura delle operazioni di voto, in qualunque trasmissione radiotelevisiva è vietato fornire, anche in forma indiretta, indicazioni di voto o manifestare le proprie preferenze di voto.

L'*Autorità* precisa che nelle trasmissioni informative in cui vengono trattate questioni relative alla competizione elettorale, le posizioni dei diversi soggetti politici devono essere rappresentate in modo corretto ed obiettivo, anche con riferimento alle pari opportunità fra i due generi, evitando sproporzioni nei riferimenti e nelle riprese tra i singoli competitori, ferma restando comunque la libertà di commento e di critica, tenendo distinte le informazioni dalle opinioni.

Nello stesso periodo, inoltre, nelle trasmissioni informative riconducibili alla responsabilità di una specifica testata giornalistica, la presenza di candidati, esponenti di partiti e movimenti politici, amministratori pubblici in carica, deve essere limitata alla esigenza di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. La presenza dei medesimi soggetti è vietata in tutte le altre trasmissioni.

Messaggi politici elettorali su quotidiani e periodici

Dalla data di convocazione dei comizi elettorali e fino alla data delle elezioni, nei quotidiani e nei periodici sono ammesse soltanto le seguenti forme di messaggio politico elettorale:

- a) annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze, discorsi;
- b) pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi elettorali delle liste e dei candidati;
- c) pubblicazioni di confronto fra più candidati.

Gli editori di quotidiani e periodici che intendono diffondere questo tipo di messaggi devono darne notizia attraverso un apposito comunicato pubblicato sulla stessa testata interessata alla diffusione dei messaggi. La pubblicazione del comunicato preventivo costituisce condi-

zione per la diffusione dei messaggi politici elettorali.

Secondo le regole dettate dall'*Autorità*, questi messaggi devono essere riconoscibili, anche mediante specifica impaginazione, in spazi chiaramente evidenziati, secondo modalità uniformi per ciascuna testata e devono recare la dicitura "messaggio politico elettorale" con l'indicazione del soggetto committente. Queste regole non si applicano agli organi ufficiali di stampa dei partiti e dei movimenti politici.

Sondaggi

Nei quindici giorni precedenti la data della votazione è vietato rendere pubblici, o comunque diffondere, i risultati di sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto degli elettori.

Nel periodo precedente, la pubblicazione dei sondaggi deve essere corredata da una "nota informativa" con le seguenti indicazioni:

- a) il soggetto che ha realizzato il sondaggio;
- b) il nome del committente e dell'acquirente;
- c) l'estensione territoriale del sondaggio (se nazionale, regionale, provinciale o comunale);
- d) la consistenza numerica del campione di rispondenti, il numero o la percentuale dei non rispondenti e delle sostituzioni effettuate;
- e) la data o periodo in cui è stato condotto il sondaggio;
- f) indirizzo o sito informatico dove è disponibile il documento completo riguardante il sondaggio.

In caso di pubblicazione dei risultati a mezzo stampa, questa nota informativa è sempre evidenziata in apposito riquadro.

In caso di diffusione dei risultati dei sondaggi attraverso la televisione o la radio, la nota informativa viene letta dal conduttore e, in televisione, appare in apposito sottotitolo a scorrimento.

Da questa disciplina rimangono escluse le simulazioni di voto organizzate nel giorno delle elezioni da istituti demoscopici all'uscita dei seggi elettorali, che non necessitano di alcuna autorizzazione, ma devono svolgersi a debita distanza dalle sedi dei seggi. Sono inoltre escluse le "manifestazioni di opinione", ovvero le raccolte di opinioni senza valore scientifico, basate su quesiti rivolti a determinate categorie di soggetti in assenza di procedure di campionamento e il cui risultato non può essere generalizzato.

I presidenti dei seggi possono autorizzare la presenza, durante lo scrutinio, degli operatori di tali istituti per la rilevazione progressiva dei votanti e dell'esito dello scrutinio stesso, ma solo dopo la chiusura delle operazioni di votazione e purché ciò non intralci le operazioni di spoglio delle schede.

Sanzioni

Le violazioni delle disposizioni in materia di *par condicio* sono perseguite dall'*Autorità*, alla quale può essere denunciata la violazione entro dieci giorni. La denuncia è comunicata all'e-

mittente privata o all'editore presso cui è avvenuta la violazione, al competente *Co.Re.Com.* e al nucleo della Guardia di Finanza competente per territorio. L'Autorità, entro le 48 ore successive, procede all'istruttoria e provvede all'irrogazione delle sanzioni, essenzialmente di natura riparatoria.

Violazioni e relative sanzioni in materia di par condicio

VIOLAZIONI	SANZIONI
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di comunicazione politica radiotelevisiva.	L'Autorità ordina alle emittenti radiotelevisive la trasmissione di programmi di comunicazione politica con prevalente partecipazione dei soggetti politici direttamente danneggiati dalle violazioni.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di messaggi politici autogestiti.	L'Autorità ordina all'emittente interessata, oltre all'immediata sospensione delle trasmissioni programmate in violazione della legge, la messa a disposizione di spazi, a titolo gratuito, a favore dei soggetti danneggiati o illegittimamente esclusi, in modo da ripristinare l'equilibrio tra le forze politiche. Se del caso, ordina il ripristino degli equilibri tra gli spazi destinati ai messaggi e quelli destinati alla comunicazione politica gratuita.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di informazione nel periodo elettorale.	L'Autorità ordina all'emittente interessata la trasmissione di servizi di informazione elettorale con prevalente partecipazione dei soggetti politici direttamente danneggiati dalla violazione.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di propaganda su quotidiani e periodici.	L'Autorità ordina all'editore interessato la messa a disposizione di spazi di pubblicità elettorale compensativa in favore dei soggetti politici illegittimamente esclusi.
Mancato rispetto delle disposizioni in materia di sondaggi.	L'Autorità ordina all'emittente o all'editore interessato di dichiarare tale circostanza sul mezzo di comunicazione che ha diffuso il sondaggio con il medesimo rilievo con cui i sondaggi sono stati pubblicizzati.

Riferimenti normativi

Legge 28/2000.

Legge 10 dicembre 1993, n. 515.

Decreto Ministro delle Comunicazioni 8 aprile 2004.

La propaganda mediante affissioni

Costituiscono affissioni di propaganda elettorale i manifesti e gli altri stampati di propaganda, compresi quelli che contengono avvisi di comizi, riunioni.

A partire del 30° giorno antecedente la votazione, l'affissione del materiale di propaganda elettorale può avvenire solo negli appositi spazi (tabelloni elettorali).

In deroga a tale divieto, sono consentite le affissioni di giornali quotidiani o periodici nelle bacheche autorizzate poste in luogo pubblico, nonché l'affissione di manifesti ed altri stampati di propaganda elettorale nelle sedi dei partiti e dei comitati elettorali.

Individuazione degli spazi

La Giunta comunale, entro il 30° giorno antecedente il voto, individua gli spazi da destinare all'affissione in base alla popolazione residente, nel rispetto di questi parametri:

- da 150 a 3.000 abitanti: almeno 1 e non più di 3;
- da 3.001 a 10.000 abitanti: almeno 3 e non più di 5;
- da 10.001 a 30.000 abitanti: almeno 5 e non più di 10;
- da 30.001 a 100.000 abitanti: almeno 10 e non più di 25;
- oltre 100.000 abitanti: almeno 25 e non più di 50.

Deve essere garantito in ogni centro abitato con più di 150 abitanti almeno uno spazio di propaganda elettorale. I tabelloni devono essere posizionati in modo che i manifesti siano ugualmente e chiaramente visibili dai cittadini.

Assegnazione degli spazi

Il Responsabile dell'Ufficio elettorale comunale delimita e ripartisce gli spazi di propaganda elettorale, entro due giorni dal ricevimento della comunicazione relativa alle candidature ammesse.

I tabelloni sono ripartiti in un numero di sezioni corrispondente a quello dei candidati alla carica di Presidente o Sindaco e delle liste ammesse.

I singoli spazi, della misura di due metri di altezza per uno di base, sono assegnati rispettivamente a:

- 1) ciascun candidato alla carica di Presidente della Regione e a ciascuna lista;
- 2) ciascun Sindaco e a ciascuna lista.

L'ordine di assegnazione dipende dal sorteggio effettuato in sede di ammissione delle candidature. Gli spazi assegnati alle liste seguono immediatamente la sezione assegnata al Presidente o Sindaco cui sono collegate.

Divieti

Dal momento dell'assegnazione degli spazi e fino alla chiusura delle votazioni, sono vietate:

- l'affissione di qualsiasi materiale di propaganda elettorale negli spazi destinati dai comuni alle normali affissioni a pagamento;

- l'affissione o l'esposizione di manifesti o altri stampati di propaganda elettorale in qualsiasi altro luogo pubblico o esposto al pubblico, salvo le deroghe previste per le sedi dei partiti, dei comitati elettorali e per i gazebo (vedi infra).

Riferimenti normativi

Legge regionale 18 dicembre 2007, n. 28 articoli 71 -73 e legge regionale 5 dicembre 2013, n. 19, articolo 77.

Postazioni temporanee o mobili e sedi di comitati elettorali

La normativa elettorale consente l'allestimento di postazioni temporanee e mobili sulle quali è ammessa l'esposizione di materiale di propaganda elettorale. Dal 30° giorno antecedente la votazione, l'occupazione di spazi ed aree pubbliche a tale scopo può avvenire senza il pagamento della relativa tassa, purché l'area occupata non ecceda i 10 metri quadrati.

Anche nelle sedi dei comitati elettorali, allestite in via continuativa per l'intera durata della campagna elettorale, è consentita l'affissione di materiale di propaganda elettorale.

Per agevolare i controlli da parte delle forze dell'ordine, è opportuno che l'apertura dei comitati elettorali venga comunicata al Comune.

Riferimenti normativi

Legge 28 dicembre 1995, n. 549, articolo 3, comma 67 e legge regionale 28/2007, articoli 71, comma 3 e 74, comma 3.

Le riunioni di propaganda elettorale e la propaganda sonora

I comizi e le riunioni

Forme tipiche di propaganda elettorale sono le riunioni elettorali e i comizi.

Dal 30° giorno antecedente la votazione, non è necessario dare avviso al Questore delle riunioni elettorali e dei comizi con i consueti tre giorni di anticipo previsti dalle leggi sulla pubblica sicurezza. I promotori devono però ottenere il nulla osta del Comune per l'occupazione del suolo pubblico (vie o piazze). L'utilizzo di aree sino a 10 mq. non comporta il pagamento della tassa di occupazione del suolo pubblico.

Normalmente, i Comuni regolamentano l'utilizzo delle piazze cittadine garantendo la par condicio nell'utilizzo delle stesse. Nella prassi molti Comuni espongono un registro, in cui le forze politiche possono prenotare le piazze per gli eventi programmati.

La propaganda sonora

La propaganda elettorale può essere effettuata mediante altoparlante installato su mezzi mobili. La stessa è subordinata alla preventiva autorizzazione del Sindaco.

Nei trenta giorni antecedenti la votazione l'uso di altoparlanti su mezzi mobili è consentito soltanto per l'annuncio dell'ora e del luogo in cui si terranno i comizi e le riunioni di propaganda elettorale.

Riferimenti normativi

Regio decreto 18 giugno 1931, n. 773 (T.U.L.P.S.).

Legge 24 aprile 1975, n. 130, articolo 7.

Decreto del Presidente della Repubblica 16 dicembre 1992, n. 495, articolo 59, comma 4.

Legge 549/1995, articolo 3, comma 67.

Altre forme di propaganda tradizionale

Propaganda luminosa e propaganda mobile

Dal 30° giorno antecedente la votazione è vietata ogni forma di propaganda luminosa o figurativa a carattere fisso in luogo pubblico; da questo divieto sono escluse le insegne delle sedi dei partiti e dei comitati elettorali.

È vietata anche la propaganda con mezzi mobili (auto o furgoni) dotati di apparecchiature luminose. È invece ammessa ogni forma di propaganda figurativa non luminosa eseguita con mezzi mobili.

I mezzi mobili, per non incorrere nel divieto di affissioni al di fuori degli appositi spazi, devono spostarsi continuamente, salvo le soste di servizio.

Volantinaggio

Sempre dal 30° giorno antecedente la votazione, è vietato il lancio (sparpagliare confusamente dall'alto) e il getto (buttar via in qualunque direzione) dei volantini di propaganda elettorale, sia in luogo pubblico (vie e piazze), con o senza l'ausilio di veicoli o aeromobili, sia in luogo aperto al pubblico (pubblici esercizi, cinema, teatri e simili). È ammessa, pertanto, la distribuzione a mano dei volantini che, con il consenso del gestore, possono anche essere lasciati ordinatamente nei pubblici esercizi.

Riferimenti normativi

Legge regionale 28/2007, articolo 74, commi 1 e 2.

Nuove forme di propaganda elettorale: e-mail, internet, chiamate telefoniche e sms

Le nuove forme di propaganda elettorale via internet, e-mail, chiamate telefoniche, sms e mms non sono ancora state disciplinate dalla legge. Tuttavia il Garante per la protezione dei dati personali, a partire dal 2005, ha fornito delle indicazioni affinché l'utilizzo di tali mezzi di comunicazione avvenga nel rispetto della privacy.

Con provvedimento del 2014 il Garante ha confermato che partiti, movimenti e altre formazioni a carattere politico possono lecitamente utilizzare, senza uno specifico consenso degli interessati, i dati sensibili riferiti agli aderenti o ad altri soggetti che con gli stessi intrattengono contatti regolari per il perseguimento di scopi determinati e legittimi individuati, anzitutto, dall'atto costitutivo o dallo statuto.

È inoltre possibile utilizzare i dati personali degli elettori a fini di propaganda, prescindendo dal consenso degli interessati, quando gli stessi sono reperiti in una serie di elenchi pubblici (ad esempio le liste elettorali). In tale ipotesi partiti, movimenti e altre formazioni a carattere politico, dal 60° giorno antecedente il voto e sino al 60° giorno successivo, possono prescindere dal rendere l'informativa sulla privacy agli interessati. Ciò a condizione che nel materiale inviato sia chiaramente indicato un recapito (indirizzo postale, e-mail, eventualmente anche con rinvio a un sito web dove tali riferimenti siano facilmente individuabili) al quale l'interessato possa agevolmente rivolgersi per esercitare i propri diritti, quali, ad esempio, quello di rettificare i propri dati o di ottenerne la cancellazione.

Senza consenso informato non è invece lecito l'invio di messaggi, newsletter e altro materiale di propaganda quando si utilizzano dati raccolti automaticamente in internet, liste di abbonati ad un provider o dati raccolti per altre finalità (ad esempio: dati di iscritti ad associazioni a carattere non politico).

Chi utilizza forme di propaganda quali le chiamate telefoniche preregistrate, le e-mail, i fax, mms e sms ha l'obbligo di acquisire il consenso preventivo e informato degli abbonati ai servizi di comunicazione elettronica o di telefonia mobile e degli utilizzatori di schede di traffico prepagato.

Quindi il Garante suddivide le forme di tutela a seconda che riguardino:

- 1) elenchi di dati personali detenuti da pubbliche amministrazioni utilizzabili per scopi di propaganda, sia pure con espresse cautele, quali ad esempio le liste elettorali e altri elenchi e registri pubblici;
- 2) elenchi non utilizzabili per i medesimi scopi, quali ad esempio gli archivi di stato civile, l'anagrafe dei residenti, le liste elettorali già utilizzate ai seggi, i dati resi pubblici alla luce della disciplina in materia di trasparenza, i dati raccolti da titolari di cariche elettive, i dati raccolti nell'esercizio di attività professionali, di impresa e di cura e i dati reperiti liberamente sul web;
- 3) dati utilizzabili solo previo consenso informato scritto, esplicito e preventivo, quali ad esempio elenchi telefonici, archivi informatici, ecc..

Il Garante prevede, infine, che, decorsi i 60 giorni dal voto, partiti, movimenti e altre formazioni a carattere politico possono continuare a trattare (anche mediante mera conservazione) i dati personali raccolti per la campagna elettorale per esclusive finalità di propaganda elettorale e di connessa comunicazione politica, previa ulteriore informativa. In mancanza, devono cancellare o distruggere i dati.

Riferimenti normativi

Provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali 6 marzo 2014.

Sintesi dei principali divieti in tema di propaganda elettorale

La piena libertà di utilizzo dei mezzi di comunicazione e propaganda si protrae sino al 45° giorno antecedente la votazione; dal 45° giorno in poi occorre tener conto di tutti i vincoli posti dal legislatore per garantire il rispetto della *par condicio*.

Divieti decorrenti dal 45° giorno antecedente il voto

A partire dal 45° giorno e sino alla chiusura della campagna elettorale, la comunicazione politica radiotelevisiva e la diffusione di messaggi di propaganda, pubblicità e comunicazione politica sono ammesse solo nelle forme stabilite dalla legge.

Risultano dalla medesima data vietate:

- a) le attività di comunicazione istituzionale per tutte le amministrazioni pubbliche, ad eccezione di quelle effettuate in forma impersonale ed indispensabili all'efficace assolvimento delle proprie funzioni;
- b) la presenza di candidati, esponenti politici, membri del Governo, delle Giunte e dei Consigli regionali e degli enti locali in tutte le trasmissioni giornalistiche informative in programmazione da parte di emittenti radiotelevisive nazionali, sempreché le stesse non siano limitate al solo scopo di assicurare la completezza e l'imparzialità dell'informazione. Il divieto è generalizzato per la partecipazione a tutte le altre trasmissioni radiotelevisive. La comunicazione politica radiotelevisiva consentita si svolge nelle forme di tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione di candidati e programmi politici e interviste che consentano il confronto tra le diverse posizioni politiche;
- c) le indicazioni di voto e le manifestazioni delle proprie preferenze di voto, anche in forma indiretta, in qualunque trasmissione radiotelevisiva.

Sempre a decorrere dal 45° giorno, gli editori di quotidiani e periodici che intendono diffondere messaggi politici elettorali devono darne comunicazione sulla propria testata per consentire l'accesso in condizioni di parità.

Risulta di conseguenza ammessa, sui quotidiani e periodici, solo la stampa di:

- a) annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze e discorsi;
- b) pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi delle liste e dei candidati;
- c) pubblicazioni di confronto tra più candidati.

Divieti decorrenti dal 30° giorno antecedente il voto

Dal 30° giorno antecedente la votazione, la propaganda elettorale è consentita solo nei limiti previsti dalle norme di legge. Risultano pertanto vietate:

- a) le affissioni fuori dagli spazi elettorali, salvo le deroghe per gazebo e comitati elettorali;
- b) la propaganda elettorale luminosa o figurativa a carattere fisso in luogo pubblico;
- c) la propaganda luminosa mobile e il lancio o il getto di volantini.

Divieti decorrenti dal 15° giorno antecedente il voto

Dal 15° giorno antecedente la votazione inizia il periodo in cui è vietato rendere pubblici o diffondere i risultati di sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici e di voto

degli elettori; il divieto si protrae sino alla conclusione delle operazioni di voto.

Divieti nel giorno antecedente il voto ed in quello di votazione

Nel giorno precedente e in quello stabilito per la votazione risultano vietati:

- a) la nuova affissione di manifesti e altri stampati di propaganda elettorale;
- b) la propaganda mobile figurativa e la distribuzione di volantini;
- c) i comizi e le riunioni di propaganda elettorale;
- d) la diffusione di trasmissioni radiotelevisive di propaganda.

Nel giorno della votazione è comunque vietato:

- a) la diffusione di trasmissioni radiotelevisive di propaganda elettorale;
- b) la diffusione di sondaggi sull'esito delle elezioni e sugli orientamenti politici degli elettori.

Obblighi in materia di spese per la campagna elettorale: elezioni regionali

La normativa regionale prevede tetti di spesa per la propaganda effettuata dai partiti, dai movimenti politici e dai candidati in occasione delle elezioni regionali. Al controllo delle relative spese provvede il *Collegio*.

Tetti di spesa

I limiti di spesa riguardano i candidati alla carica di Presidente della Regione, di consigliere regionale e i partiti o movimenti politici che partecipano alla competizione.

I limiti per le spese di propaganda elettorale sono i seguenti:

- a) candidati alla carica di Presidente della Regione: euro 300.000,00;
- b) candidati alla carica di consigliere regionale: euro 30.000,00 più euro 0,01 per ogni residente della circoscrizione elettorale. Pertanto, tenuto conto della popolazione residente nelle cinque circoscrizioni elettorali, gli importi a disposizione dei candidati alla carica di consigliere regionale sono i seguenti:
 - 1) circoscrizione di Gorizia: € 31.401,43 (€ 30.000,00 + € 0,01 x 140.143 residenti);
 - 2) circoscrizione di Pordenone: € 33.108,11 (€ 30.000,00 + € 0,01 x 310.811 residenti);
 - 3) circoscrizione di Tolmezzo: € 30.792,44 (€ 30.000,00 + € 0,01 x 79.244 residenti);
 - 4) circoscrizione di Trieste: € 32.326,01 (€ 30.000,00 + € 0,01 x 232.601 residenti);
 - 5) circoscrizione di Udine: € 34.561,86 (€ 30.000,00 + € 0,01 x 456.186 residenti).

Se un candidato si presenta in più circoscrizioni elettorali, l'importo sostenuto per le spese di propaganda non può comunque superare quello consentito per la circoscrizione più popolosa, aumentato del 10%;

- c) partiti o movimenti politici: oltre alle spese sostenute in favore dei singoli candidati, euro 1,20 moltiplicato per il numero dei residenti nelle circoscrizioni dove presentano liste. Ad esempio, nell'ipotesi in cui un partito o movimento politico presenti liste in tutte le cinque circoscrizioni elettorali, può sostenere spese per euro 1.462.782 (€ 1,20 x 1.218.985 residenti in Regione) oltre a quelle in favore dei singoli candidati.

Le spese che i partiti o movimenti politici sostengono in favore di singoli candidati vanno computate ai candidati stessi ai fini del rispetto dei tetti di spesa sopra citati, eventualmente pro quota, e vanno successivamente rendicontate dai candidati.

Spese di propaganda elettorale

Sono spese di propaganda elettorale quelle sostenute:

- a) per la produzione, l'acquisto o l'affitto di materiali e di mezzi e per l'affitto di sedi elettorali da utilizzare nel corso della campagna elettorale;
- b) per la distribuzione e la diffusione dei materiali e mezzi di cui alla lettera a), compresa l'acquisizione di spazi su organi di stampa, radio o televisioni private, cinema e teatri;
- c) per l'organizzazione in luoghi pubblici o aperti al pubblico di manifestazioni di propaganda, anche di carattere sociale, culturale e sportivo;

- d) per la stampa, la distribuzione e la raccolta dei moduli e per l'espletamento di ogni operazione richiesta per la presentazione delle candidature;
- e) per il personale utilizzato e per ogni prestazione o servizio inerente la campagna elettorale;
- f) per le spese di viaggio, telefoniche e postali.

Le spese relative ai locali per le sedi elettorali, quelle di viaggio e di soggiorno, telefoniche e postali, nonché gli oneri passivi, sono calcolati in misura forfetaria, in percentuale fissa del 20% dell'ammontare complessivo delle spese ammissibili e documentate.

Mandatario elettorale

Il mandatario elettorale è colui che registra le operazioni relative alla campagna elettorale del candidato e provvede alla liquidazione delle spese elettorali. Dal giorno successivo alla convocazione dei comizi elettorali (44° giorno antecedente la votazione) i candidati alla carica di Presidente della Regione e alla carica di consigliere regionale possono raccogliere fondi per il finanziamento della propria campagna elettorale esclusivamente per il tramite di un mandatario elettorale. Il nominativo del mandatario deve essere comunicato al *Collegio* presso il Consiglio regionale.

Il mandatario, per registrare le operazioni relative alla campagna elettorale, si avvale di un unico conto corrente bancario o postale. Nell'intestazione del conto deve essere specificato che il titolare agisce come mandatario elettorale di un candidato, che deve essere espressamente indicato. I contributi erogati al candidato da persona fisica, associazione o persona giuridica non possono superare l'importo di euro 20.000,00 e vanno accreditati nel conto.

La nomina del mandatario non è necessaria quando il candidato intende spendere meno di euro 10.000,00, avvalendosi unicamente di denaro proprio. Se si supera tale ammontare, la nomina va effettuata anche se il candidato utilizza solo finanziamenti propri.

Il mandatario elettorale opera in esclusiva e quindi nessun candidato può designare più di un mandatario elettorale, né questi può assumere l'incarico per più di un candidato.

Per la nomina del mandatario elettorale è pubblicato un apposito modello nel sito del Consiglio regionale.

Pubblicità delle spese

Entro tre mesi dalla proclamazione degli eletti, il Presidente e i consiglieri regionali presentano al *Collegio* un rendiconto relativo ai contributi e servizi ricevuti e alle spese sostenute nel corso della campagna elettorale. Il rendiconto deve essere sottoscritto dal candidato e dal mandatario elettorale.

Analogo obbligo è previsto per i candidati non eletti alla carica di Presidente e di consigliere regionale.

Il rendiconto va presentato anche dai candidati che, avendo speso sino a euro 10.000,00, non hanno nominato il mandatario.

Nei rendiconti devono essere analiticamente riportati i contributi e i servizi provenienti da persone fisiche, se di importo o valore superiore a euro 1.000,00, e tutti i contributi e i servizi

di qualsiasi importo o valore se provenienti da associazioni o persone giuridiche. Devono essere inoltre allegati gli estratti del conto corrente bancario o postale utilizzati e la documentazione giustificativa delle spese sostenute.

Infine, anche i partiti e gruppi politici che hanno presentato liste alle elezioni sono tenuti a presentare al *Collegio*, entro lo stesso termine, il rendiconto delle spese per la campagna elettorale e delle relative fonti di finanziamento.

Controllo delle spese elettorali e applicazione delle sanzioni

Il *Collegio* riceve i rendiconti degli eletti, dei candidati non eletti e dei partiti e gruppi politici e ne verifica la regolarità.

I rendiconti si considerano approvati se il *Collegio* non ne contesta la regolarità entro centotanta giorni dalla ricezione. Se emergono delle irregolarità, entro il medesimo termine il *Collegio* le contesta all'interessato che ha facoltà, entro i successivi quindici giorni, di presentare memorie e documenti. Decorso quest'ultimo termine il *Collegio* si pronuncia definitivamente sulla regolarità delle dichiarazioni e dei rendiconti e avvia il procedimento per l'applicazione di eventuali sanzioni.

Sono sanzionate le seguenti fattispecie:

- a) mancato deposito del rendiconto da parte dei candidati. Il mancato deposito del rendiconto da parte di un eletto comporta la decadenza dalla carica;
- b) violazione dei limiti di spesa da parte dei singoli candidati. Il superamento da parte di un eletto dei limiti massimi di spesa previsti per un ammontare pari o superiore al doppio degli stessi comporta la decadenza dalla carica;
- c) irregolarità nei rendiconti delle spese elettorali dei candidati o mancata indicazione nominativa dei soggetti che hanno erogato contributi;
- d) mancato deposito dei rendiconti delle spese elettorali da parte dei partiti o movimenti politici;
- e) mancata indicazione nei rendiconti delle fonti di finanziamento;
- f) superamento da parte dei partiti o movimenti politici dei limiti di spesa previsti.

I rendiconti depositati sono consultabili da qualsiasi elettore presso l'ufficio del *Collegio*. Nel termine di centoventi giorni dalle elezioni, qualsiasi elettore può presentare al *Collegio* esposti sulla regolarità dei rendiconti presentati.

Sull'argomento si consiglia di consultare il sito internet del Consiglio regionale, cui compete il supporto operativo al *Collegio*.

Riferimenti normativi

Legge 28/2007, articoli 77-83.

Obblighi in materia di spese per la campagna elettorale: elezioni comunali

La normativa regionale prescrive che entro quarantacinque giorni dall'insediamento del consiglio comunale, i candidati alla carica di Sindaco e le liste presentano un documento consuntivo sintetico delle spese sostenute per la campagna elettorale.

Pertanto, non è necessaria alcuna dichiarazione preventiva delle spese che si intendono effettuare; tuttavia, l'evidenza delle spese agevola la successiva rendicontazione.

Nel documento consuntivo vanno infatti indicate le spese distinte per tipologia e le fonti di finanziamento distinte in base alla provenienza da persona fisica o da associazioni e persone giuridiche. Il documento consuntivo è pubblicato all'albo pretorio del Comune.

Nel medesimo albo viene altresì data notizia dell'eventuale mancata presentazione del documento.

La mancata presentazione del documento consuntivo è soggetta alla sanzione amministrativa pecuniaria da un minimo di 200 a un massimo di 2.000 euro.

Tipologia di spese di propaganda elettorale

Sono spese di propaganda elettorale quelle sostenute:

- a) per la produzione, l'acquisto o l'affitto di materiali e mezzi e per l'affitto di sedi elettorali da utilizzare nel corso della campagna elettorale;
- b) per la distribuzione e la diffusione dei materiali e mezzi di cui alla lettera a), compresa l'acquisizione di spazi sugli organi di stampa, nelle radio o televisioni private, nei cinema e nei teatri;
- c) per l'organizzazione in luoghi pubblici o aperti al pubblico di manifestazioni di propaganda, anche di carattere sociale, culturale e sportivo;
- d) per la stampa, la distribuzione e la raccolta dei moduli e per l'espletamento di ogni operazione richiesta per la presentazione delle candidature;
- e) per il personale utilizzato e per ogni prestazione o servizio inerente la campagna elettorale;
- f) per le spese di viaggio, telefoniche e postali.

Nel predisporre il documento consuntivo è opportuno seguire tale classificazione.

Comuni con popolazione superiore a 30.000 abitanti

Per i partiti e movimenti politici che partecipano con proprie liste alle elezioni nei Comuni con popolazione superiore a 30.000 abitanti, si segnala che sui relativi rendiconti delle spese, comprensivi delle fonti di finanziamento, la Corte dei Conti effettua i controlli previsti dalla legge 6 luglio 2012, n. 96. Pertanto, i rendiconti delle spese elettorali vanno inviati anche alla Corte dei Conti.

Riferimenti normativi

Legge 6 luglio 2012, n. 96, articolo 13 e legge regionale 19/2013, articolo 78.

Altre limitazioni alle spese dei candidati e dei partiti

I candidati alle elezioni regionali e comunali devono rispettare l'obbligo di dichiarazione dei finanziamenti o contributi ricevuti – anche sotto forma di messa a disposizione di servizi – di importo superiore a euro 5.000,00. Tale dichiarazione deve essere resa congiuntamente dal candidato e da colui che ha erogato i finanziamenti, entro tre mesi dalla percezione degli stessi; la stessa può essere prodotta anche a mezzo di autocertificazione. La dichiarazione, firmata anche dal mandatario elettorale se previsto, va presentata al Presidente della Camera dei Deputati.

Quest'obbligo non si applica nel caso di finanziamenti direttamente concessi da istituti di credito o da aziende bancarie alle condizioni fissate dagli accordi interbancari.

L'inadempimento dell'obbligo in questione è punito con una multa da due a sei volte l'ammontare non dichiarato e con la pena accessoria dell'interdizione temporanea dai pubblici uffici.

È, infine, applicabile ai partiti e alle loro articolazioni politico-organizzative, il divieto di ricevere finanziamenti o contributi, sotto qualsiasi forma e in qualsiasi modo, da parte di organi della pubblica amministrazione, di enti pubblici, di società con partecipazione di capitale pubblico superiore al 20% o di società controllate da queste ultime o di società con partecipazione di capitale pubblico pari o inferiore al 20 per cento, ove tale partecipazione assicuri comunque al soggetto pubblico il controllo della società.

Il divieto non si applica alle società diverse da quelle sopra citate, purché i finanziamenti o contributi siano stati deliberati dall'organo sociale competente e regolarmente iscritti in bilancio e sempreché non siano comunque vietati dalla legge.

La violazione del predetto divieto è punita con la multa fino al triplo delle somme versate in violazione del divieto stesso.

Riferimenti normativi

Legge 2 maggio 1974, n. 195.

Legge 18 novembre 1981, n. 659, articolo 4.

Agevolazioni tariffarie e fiscali per i candidati

La disciplina statale riconosce alcune forme di agevolazioni tariffarie e fiscali a favore di partiti e candidati per l'attività di propaganda elettorale. Sono invece state abolite le agevolazioni postali precedentemente previste per l'invio di materiale di propaganda elettorale.

Agevolazioni IVA per il materiale tipografico e altro

Per il materiale tipografico, inclusi carta e inchiostri in esso impiegati, per l'acquisto di spazi d'affissione, di comunicazione politica radiotelevisiva, di messaggi politici ed elettorali su quotidiani, periodici e siti web, per l'affitto dei locali e per gli allestimenti e i servizi connessi a manifestazioni attinenti le campagne elettorali, commissionati dai partiti e dai movimenti, dalle liste di candidati e dai candidati, si applica l'aliquota agevolata dell'IVA al 4%. Ciò a partire dal 90° giorno antecedente il voto.

Inoltre sono esclusi dal campo di applicazione dell'IVA gli addebiti effettuati dai soggetti che forniscono servizi di telefonia, degli importi destinati alla raccolta fondi per campagne elettorali sia attraverso sms o altre app dei telefoni mobili, sia attraverso le utenze di telefonia fissa.

Occupazioni di suolo pubblico

Gli organizzatori di manifestazioni o iniziative di carattere politico sono esonerati dall'obbligo del pagamento della tassa per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche, purché l'area non ecceda i 10 metri quadrati e l'occupazione sia temporanea (non superiore a 30 giorni).

Esenzioni dal diritto sulle pubbliche affissioni e dall'imposta di bollo

I manifesti di propaganda e quelli relativi ad adempimenti di legge in materia elettorale sono esenti dal pagamento del diritto sulle pubbliche affissioni. Atti e documenti relativi all'esercizio dei diritti elettorali sono esenti dall'imposta di bollo.

Locali a disposizione per conferenze e dibattiti

Dal 45° giorno antecedente il voto, i Comuni sono tenuti a mettere a disposizione, in base alle proprie norme regolamentari, i locali di loro proprietà già predisposti per conferenze e dibattiti, in favore dei partiti e dei movimenti presenti nella competizione elettorale.

Detrazioni fiscali

I contributi, intesi come erogazioni liberali, versati ai partiti iscritti nell'apposito registro nazionale possono essere detratti dall'imposta lorda per un importo pari al 26% e per importi compresi tra i 30 e i 30 mila euro annui (escluse le società quotate in borsa e quelle a partecipazione pubblica).

Riferimenti normativi

Decreto Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, tabella A, parte II, n. 18).

Decreto Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 642, allegato B.

Decreto Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 639, articolo 20.

Legge 515/1933, articoli 17 – 20.

D.lgs. 15 novembre 1993, n. 507, articolo 21.

Legge 2 gennaio 1997, n. 2, articolo 8.

Legge 157/1999, articolo 5, commi 5-7.

Legge 549/1995, articolo 3, comma 67.

Decreto legge 28 dicembre 2013, n. 149, articolo 13.

Legge regionale 19/2013, articolo 79.

Decreto legge 24 aprile 2014, n. 66, articolo 18.

F.A.Q. – Domande frequenti

Divieto di comunicazione istituzionale

A chi si applica il divieto di comunicazione istituzionale?

A tutte le pubbliche amministrazioni, intendendo con ciò gli organi che le rappresentano nell'esercizio delle loro funzioni istituzionali (es: Presidente, Sindaco, Assessore, Giunta, ecc.). Gli amministratori, se candidati alle elezioni, possono svolgere attività di propaganda elettorale al di fuori dell'esercizio delle proprie funzioni istituzionali.

Da quando decorre il divieto di comunicazione istituzionale?

Dalla data di convocazione dei comizi, che coincide con la data di pubblicazione del relativo manifesto a cura del Sindaco, pubblicazione che deve essere effettuata il quarantacinquesimo giorno antecedente la votazione.

Quali sono le attività vietate e quali quelle consentite dalla decorrenza del divieto di comunicazione istituzionale?

È vietata ogni attività di comunicazione che integra forme di propaganda surrettizia. Sono vietate le attività informative dirette a proporre un'immagine positiva dell'Ente o ad enfatizzarne i meriti. Sono invece consentite tutte le attività di comunicazione che rivestono il requisito dell'indispensabilità e dell'impersonalità.

La cerimonia di premiazione di un concorso di idee rivolto agli studenti rientra tra le attività vietate in periodo di divieto di comunicazione istituzionale?

No, perché si tratta di una cerimonia estranea alla vicenda elettorale, sempreché non venga utilizzata dagli amministratori in carica come forma surrettizia di propaganda elettorale.

Si può inviare alle famiglie il cosiddetto bilancio di fine mandato ovvero un opuscolo che descrive l'attività dell'Amministrazione uscente?

No, trattandosi di opuscoli che tendono a proporre un'immagine positiva dell'Ente e ne enfatizzano i meriti.

Propaganda radiotelevisiva e a mezzo carta stampata

Come si svolge la comunicazione politica radio-televisiva in regime di *par condicio*?

Nelle forme delle tribune politiche, dibattiti, tavole rotonde, presentazione di candidati e programmi politici ed interviste che consentano il confronto tra le posizioni politiche e i candidati.

Che tipo di propaganda/pubblicità elettorale è possibile effettuare avvalendosi delle emittenti radio-televisive locali?

Le emittenti locali possono trasmettere messaggi politici a pagamento e messaggi politici autogestiti a titolo gratuito per la presentazione di liste o programmi.

Dove è possibile trovare i modelli MAG (messaggi politici autogestiti gratuiti) che servono per l'autorizzazione alla pubblicità radiotelevisiva?

Sul sito del Co.Re.Com. FVG.

Che tipo di propaganda/pubblicità elettorale è possibile stampare su quotidiani e periodici?

È consentita la stampa di:

- a) annunci di dibattiti, tavole rotonde, conferenze e discorsi;
- b) pubblicazioni destinate alla presentazione dei programmi delle liste e dei candidati;
- c) pubblicazioni di confronto tra più candidati.

Da quando non è più possibile diffondere i risultati di sondaggi elettorali?

Dal 15° giorno antecedente la votazione e sino alla conclusione delle operazioni di voto.

Propaganda mediante affissioni

Da quando si applica il divieto di affissione al di fuori dagli appositi spazi a ciò destinati dal Comune?

Il divieto si applica dal 30° giorno antecedente il voto. Da tale data sono vietate tutte le affissioni fuori dagli appositi spazi.

A chi spettano gli spazi di propaganda diretta?

Per le elezioni regionali al candidato Presidente e alle liste. Per le elezioni comunali al candidato Sindaco e alle liste.

Con quale ordine sono assegnati gli spazi di propaganda?

Viene seguito l'ordine dei sorteggi effettuati dagli uffici competenti all'ammissione delle candidature. Quindi l'ordine di affissione è il medesimo con cui i candidati e le liste, con i relativi contrassegni, appaiono sulle schede elettorali.

Si possono affiggere manifesti giganti sugli spazi elettorali?

Sì, è consentita l'affissione di manifesti giganti intesi come manifesti che vanno a coprire le sezioni assegnate al candidato Presidente o Sindaco e alle diverse liste che lo appoggiano.

Ciò è possibile in quanto i divieti normativi di cessione o scambio di spazi non si riferiscono a situazioni in cui c'è un accordo interno alla coalizione per l'affissione del manifesto gigante.

Si può affiggere uno striscione su un balcone/terrazza di proprietà privata o all'esterno di un pubblico esercizio o negozio di cui si è titolari?

No, perché dal 30° giorno antecedente il voto è vietata qualsiasi affissione fuori dagli appositi spazi.

Sul materiale di propaganda elettorale - cosiddetti "santini", lettere e cartoline agli elettori - cosa va indicato?

Va indicata la tipografia che provvede alla stampa (le tipografie normalmente provvedono a tale adempimento) e il committente responsabile.

Chi è il committente responsabile e come va indicato sul materiale propagandistico?

Il committente responsabile è colui che commissiona la stampa del materiale e ne è responsabile. Può essere il candidato cui il materiale si riferisce o un'altra persona. Sul materiale va sempre scritto almeno "committente" seguito da nome e cognome dello stesso.

Può essere committente responsabile il candidato presidente o il candidato sindaco?

Sì, nessuna norma lo vieta.

Chi risponde della propaganda abusiva?

Della propaganda abusiva risponde il committente responsabile, salvo che dimostri che chi ha materialmente affisso fuori dagli appositi spazi ha commesso tale abuso contro la sua espressa volontà.

Chi è obbligato a rifondere al Comune le spese di defissione della propaganda abusiva?

Le spese sostenute dal Comune per la defissione sono a carico in solido dell'esecutore materiale e del committente responsabile.

Un manifesto o volantino che annuncia una bicchierata di fine campagna elettorale si può affiggere liberamente fuori dagli spazi?

No, va affisso solo negli spazi destinati alla propaganda elettorale. Infatti, in tali spazi si affiggono, oltre ai manifesti, anche gli avvisi di comizi, riunioni e assemblee a scopo elettorale.

Si possono affiggere manifesti elettorali sulle vetrine di negozi utilizzati come sedi dei comitati elettorali?

Sì, è consentita l'affissione di manifesti e di altri stampati di propaganda elettorale nelle sedi dei partiti e dei comitati elettorali, anche se visibili dall'esterno.

Si possono affiggere in bacheche esposte al pubblico comunicati o scritti relativi alla campagna elettorale?

No, le affissioni possono essere fatte solo negli appositi spazi. Nelle bacheche di partiti o movimenti politici, associazioni sindacali o giovanili, editori di giornali o periodici, poste in luogo pubblico o esposte al pubblico, è ammessa solo l'affissione di quotidiani e periodici.

Si possono appoggiare i volantini di propaganda elettorale sui tavoli dei bar o presso altri esercizi commerciali, previo consenso del gestore?

Sì, in quanto tale attività non si configura come lancio o getto di volantini che invece è espressamente vietata.

Un'associazione può chiedere l'assegnazione di spazi di propaganda indiretta?

No, in quanto la propaganda indiretta non è più prevista.

Riunioni di propaganda elettorale

Da quando i comizi elettorali non devono più essere autorizzati dal Questore?

Dal 30° giorno antecedente il voto.

Quanto suolo pubblico si può utilizzare gratuitamente per manifestazioni e comizi?

Si può occupare un'area di 10 mq. senza pagare la tassa per l'occupazione del suolo pubblico.

Il Comune può rifiutare l'utilizzo di una sala comunale per una riunione di propaganda elettorale?

No, il Comune anche in assenza di esplicite previsioni regolamentari deve consentire l'utilizzo delle sale di cui disponga per le riunioni elettorali. Ciò nel rispetto della *par condicio* per cui le sale devono essere concesse a rotazione a tutti coloro che le chiedono. Il Comune può richiedere un rimborso spese.

Propaganda luminosa, figurativa e mobile

Da quando si applica la disciplina della propaganda luminosa e figurativa e quali divieti comporta?

La disciplina della propaganda luminosa e figurativa si applica dal 30° giorno antecedente il voto. Da tale data sono vietate:

- a) la propaganda luminosa o figurativa a carattere fisso in luogo pubblico;
- b) la propaganda luminosa mobile;
- c) il lancio o getto di volantini.

Le autovetture utilizzate per la propaganda mobile possono utilizzare altoparlanti ed eventualmente sostare?

L'utilizzo di altoparlanti è consentito solo per l'annuncio di comizi e dibattiti all'interno degli orari indicati dai Comuni o dalle Prefetture (si consiglia di prendere informazioni in merito presso il Comune o presso la Prefettura se si intende utilizzare l'altoparlante sul territorio di più Comuni).

La sosta deve essere funzionale all'utilizzo del mezzo e pertanto contenuta entro brevissimi lassi di tempo. Non è possibile, ad esempio, sostare in una piazza o via per l'intera mattinata in cui si svolge il mercato cittadino.

Ci sono dei limiti nell'utilizzo dei gazebo durante la campagna elettorale?

No, non ci sono limiti. I gazebo possono essere utilizzati per un più agevole esercizio della propaganda e sugli stessi è ammessa l'esposizione di materiali di propaganda elettorale, ferma restando però la disciplina sull'occupazione degli spazi pubblici.

Silenzio elettorale

Che cos'è il silenzio elettorale?

È il divieto di svolgere forme di propaganda elettorale nel giorno antecedente e nel giorno della votazione. In particolare, il divieto riguarda le nuove affissioni, lo svolgimento di comizi o riunioni di propaganda elettorale, la propaganda figurativa mobile e la distribuzione di volantini.

Da quando decorre il silenzio elettorale?

Dalla mezzanotte del venerdì antecedente la votazione.

Sino a quando si può fare il comizio di chiusura della campagna elettorale?

Sino alla serata del venerdì antecedente la votazione, entro le ore 24.00.

Spese di campagna elettorale

Quali sono i tetti di spesa per le elezioni regionali?

I tetti di spesa sono i seguenti:

- a) € 300.000,00 per il candidato Presidente della Regione ;
- b) € 31.401,43 per il candidato consigliere regionale nella circoscrizione di Gorizia;
- c) € 33.108,11 per il candidato consigliere regionale nella circoscrizione di Pordenone;
- d) € 30.792,44 per il candidato consigliere regionale nella circoscrizione di Tolmezzo;
- e) € 32.326,01 per il candidato consigliere regionale nella circoscrizione di Trieste;

- f) € 34.561,86 per il candidato consigliere regionale nella circoscrizione di Udine;
- g) € 1.462.782,00 per la lista che si presenta in tutte e cinque le circoscrizioni elettorali.

È obbligatorio nominare il mandatario elettorale per le elezioni regionali?

Sì, a meno che il candidato intenda spendere meno di 10.000,00 €, avvalendosi unicamente di denaro proprio.

Chi è tenuto a presentare il rendiconto nelle elezioni regionali?

Il rendiconto va presentato:

- a) dal Presidente e dai consiglieri regionali eletti;
- b) dai candidati Presidente della Regione e dai candidati consiglieri regionali non eletti;
- c) dai partiti e movimenti politici che hanno presentato liste di candidati alle elezioni.

Il rendiconto va presentato anche da quei candidati che, avendo speso sino a 10.000,00 €, non hanno designato il mandatario.

A chi e quando si presenta il rendiconto nelle elezioni regionali?

Al Collegio regionale di garanzia elettorale presso il Consiglio regionale, entro tre mesi dalla proclamazione degli eletti.

Per le elezioni comunali è prevista la presentazione del rendiconto?

Sì, i candidati alla carica di Sindaco e le liste presentano in Comune un documento consuntivo sintetico delle spese sostenute per la campagna elettorale e delle relative forme di finanziamento entro 45 giorni dall'insediamento del Consiglio comunale.

